

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahan Bakar Minyak (BBM) merupakan kebutuhan primer masyarakat Indonesia. Menurut dari kementerian ESDM sektor transportasi menempati urutan pertama dalam penggunaan BBM dengan persentase sebesar 65% atau setara dengan 45,9 juta KL dan akan terus meningkat setiap tahunnya. Karenanya, untuk menjaga pemerataan terhadap akses ekonomi dan pembangunan, pemerintah membuat kebijakan subsidi agar kelompok masyarakat kurang mampu tetap mendapatkan akses terhadap pelayanan publik. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya subsidi BBM masih belum tepat pada sasaran. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat mampu yang turut menggunakan BBM subsidi. Menurut data Kementerian Keuangan, 80% Pertalite dinikmati oleh masyarakat mampu dan 89% Solar Subsidi dinikmati oleh dunia usaha dan masyarakat mampu (pertainapatraniaga.com, 2023).

Dilansir dari Detik.com (2022), Presiden Joko Widodo menjelaskan bahwa anggaran negara bagi subsidi BBM semakin membengkak yaitu dari Rp 152 Triliun menjadi Rp 502,4 Triliun. Terkait pembatasan subsidi BBM sebenarnya sudah diatur dalam Peraturan Presiden No.191 Tahun 2014. Untuk Solar subsidi, konsumen yang berhak menggunakan adalah: (1) kendaraan bermotor perseorangan dengan plat dasar hitam; (2) kendaraan bermotor umum

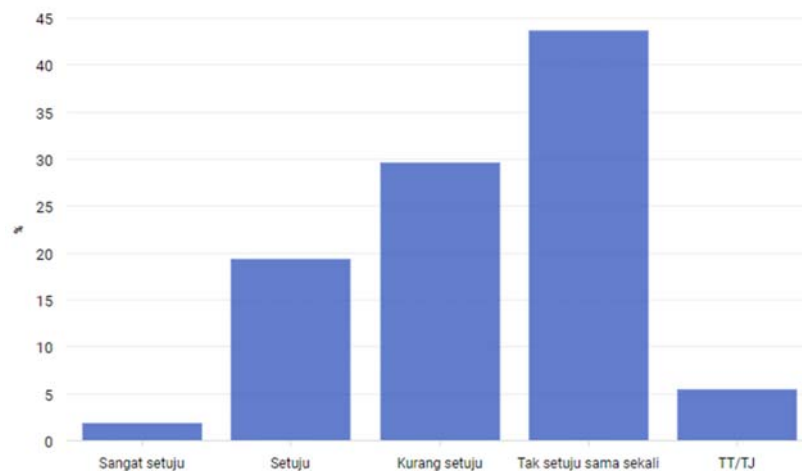
yang menggunakan plat dasar kuning, kecuali mobil pengangkut hasil perkebunan dan pertambangan yang memiliki roda lebih dari enam; (3) dan semua kendaraan layanan umum. Sedangkan untuk jenis Peralite, saat ini pemerintah sedang dalam tahap merevisi Peraturan Presiden No.191 Tahun 2014. Maka dari itu, Pertamina sebagai perusahaan BUMN terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang energi membuat kebijakan baru untuk mengatasi permasalahan subsidi BBM.

PT Pertamina resmi mengumumkan kebijakan barunya pada awal Juli 2022 yaitu mewajibkan pengguna bahan bakar Peralite dan Solar subsidi untuk mendaftarkan kendaraannya melalui aplikasi MyPertamina. Tujuan dibuatnya kebijakan baru ini adalah untuk memperbaharui database pengguna agar kedepannya subsidi Bahan Bakar Minyak menjadi lebih tepat sasaran. Pembahasan tentang kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina ini kemudian menjadi isu aktual yang dibicarakan media massa karena berhubungan dengan kepentingan publik.

Berdasarkan hasil survei LSI sebanyak 73,2% masyarakat tidak setuju dengan kebijakan subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina. Hanya 21,3% responden yang mendukung kebijakan tersebut, sedangkan sebanyak 5,5% netral atau tidak menjawab (databoks.katadata.co.id, 2022). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat tidak mendukung kebijakan MyPertamina. Hal ini tentunya menjadi perhatian tersendiri bagi Pertamina karena jika mayoritas masyarakat tidak setuju maka dapat berdampak pada pelaksanaan kebijakan tersebut. Pertamina memerlukan peran media untuk

menyebarkan informasi dan mensosialisasikan kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji permasalahan ini melalui perspektif media.

Diagram 1. 1 Pendapat Warga Soal Kebijakan Penggunaan Aplikasi MyPertamina (2022)



(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Media massa sebagai pilar keempat demokrasi memainkan peran penting dalam upaya mengedukasi publik. Pemberitaan media dapat mempengaruhi sudut pandang masyarakat akan suatu isu. Seperti yang dikatakan oleh Dan Nimmo (dalam Hapsari, 2014), bahwa media massa berperan penting dalam penyebaran opini dan faktanya media massa turut membantu membentuk apa yang harus dipikirkan oleh publik.

Merujuk pada teori pers tanggung jawab sosial, yang melibatkan pandangan bahwa media harus memiliki *social responsibility* baik kepada

pemerintah maupun masyarakat (McQuail, 2011:189). Media harus bisa menjadi perantara pemerintah dalam mengkomunikasikan kebijakan kepada masyarakat sekaligus sarana diskusi atas permasalahan yang ada. Oleh karena itu, dalam memberitakan kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina, media harus menyediakan informasi yang benar dan berimbang.

Konsep paling inti dari teori media yang berkaitan dengan kualitas informasi adalah objektivitas, terutama jika berhubungan dengan informasi berita. Objektivitas merupakan standar bagi jurnalis profesional untuk menghindari subjektivitas. Westerstahl membagi objektivitas menjadi dua dimensi yaitu faktualitas dan imparialitas. Dimensi faktualitas sendiri mencakup aspek kebenaran dan relevansi. Sedangkan dimensi imparialitas mencakup keseimbangan dan netralitas (McQuail, 2011: 222-224).

Akan tetapi, pada kenyataannya media kerap kali menanggalkan kewajibannya untuk menyampaikan informasi secara faktual dan berimbang. Sebagai contoh, salah satu berita pada media *online* detik.com yang berjudul “Pertamina Perketat Subsidi BBM Pakai MyPertamina, Sudah Tepat?” (finance.detik.com, Juli 2022). Pada berita tersebut dapat dilihat bahwa pendapat yang digunakan hanya dikutip dari satu narasumber saja yaitu Fahmy Radhi, pengamat Ekonomi Energi Universitas Gajah Mada. Berdasarkan konsep objektivitas, berita tersebut tidak sesuai dengan aspek imparialitas karena pendapat yang ditampilkan hanya berasal dari satu narasumber menunjukkan bahwa berita ini tidak berimbang sehingga cenderung menyudutkan salah satu pihak saja.

Selain itu, contohnya lainnya berita dengan judul "Beli Peralite Mau Dibatasi, Penjual Bensin Eceran Innalillahi" (finance.detik.com, Agustus 2022). Adapun isi berita yang disampaikan adalah mengenai penjual bensin eceran yang khawatir bisnisnya akan bangkrut akibat rencana pembatasan pembelian pertalite. Akan tetapi, pada judul berita digunakan kata "innalillahi" yang menimbulkan kesan hiperbolik dan melebih-lebihkan fakta yang sebenarnya. Berdasarkan konsep objektivitas media, hal tersebut melanggar aspek faktualitas pada bagian relevansi karena mengandung unsur dramatisasi.

Pemberitaan kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina yang disampaikan oleh media detik.com dapat berimplikasi pada penerimaan masyarakat akan kebijakan tersebut. Maka dari itu, menjadi sangat penting untuk mengidentifikasi isi pesan dalam berita di media online agar dapat mengetahui bagaimana kecenderungan pemberitaan yang terbentuk.

Detik.com merupakan portal berita *online* dengan konsep *breaking news* yang menampilkan informasi peristiwa terkini dengan mengutamakan kecepatan dalam menyampaikan beritanya (detiknetwork.com, 2020). Akan tetapi, di balik kecepatannya seringkali detik.com justru mengabaikan objektivitas berita yang mereka sampaikan seperti hanya mencantumkan informasi dari satu pihak saja dan menggunakan *headline* yang mengandung unsur dramatisasi. Pada penelitian terdahulu yang berjudul "Analisis Isi Pemberitaan Penunjukan Basuki Tjahaja Purnama sebagai Komisaris Utama Pertamina di Detik.com Periode 13-28 November 2019", juga ditemukan bahwa Detik.com masih belum sepenuhnya memenuhi standar imparialitas karena

sebagian besar beritanya tidak mengandung unsur *cover both side* (48%). Berangkat dari data tersebut, peneliti memilih Detik.com sebagai objek dari penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

PT Pertamina mengeluarkan sebuah kebijakan baru untuk mengatasi permasalahan subsidi BBM yang belum tepat sasaran. Media massa memiliki peran penting sebagai perantara pemerintah dalam mengkomunikasikan kebijakan tersebut kepada masyarakat. Dalam memberitakan kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina, media harus menyediakan informasi yang faktual dan berimbang karena pemberitaan kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina yang disampaikan oleh para media dapat berimplikasi pada penerimaan masyarakat akan kebijakan tersebut.

Akan tetapi, pada kenyataannya media Detik.com kerap kali menanggalkan kewajibannya untuk menyampaikan informasi secara faktual dan berimbang. Seperti contoh yang ditemukan pada media online detik.com, terdapat berita yang belum memenuhi standar imparialitas karena hanya memuat opini dari satu sumber saja. Selain itu, ditemukan juga berita yang tidak memenuhi standar faktualitas seperti menggunakan judul yang memuat unsur dramatisasi.

Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, maka muncul pertanyaan tentang pemberitaan kebijakan subsidi tepat sasaran melalui

MyPertamina pada detik.com, yang perlu ditindaklanjuti dengan kajian yang sistematis. Adapun pertanyaan tersebut adalah:

- Bagaimana sikap Detik.com terhadap kebijakan subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sikap Detik.com terhadap kebijakan subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang kajian komunikasi massa serta dijadikan referensi untuk penelitian terkait sikap media terhadap kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina dengan metode serupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar bahan pertimbangan dan evaluasi bagi Detik.com dan Pertamina dalam menyampaikan informasi terkait kebijakan subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina kepada masyarakat.

1.4.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat dalam memberikan pemahaman dan gambaran mengenai penyajian informasi kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina yang dimuat pada detik.com.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik. Paradigma positivistik merupakan suatu pendekatan yang mengkombinasikan logika deduktif dengan pengamatan empiris atas perilaku individu, dengan tujuan menemukan dan memverifikasi seperangkat hukum kausal probabilitas yang bisa digunakan untuk mengidentifikasi pola umum aktivitas manusia (Neuman, 2015:97).

Paradigma ini digunakan dalam penelitian untuk mengetahui bagaimana detik.com memberitakan kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina melalui pengamatan empiris yang mengutamakan objektivitas, validitas, dan reliabilitas.

1.5.2 State of the art

1. “The image of China’s car-hailing policy in the eyes of the public: A social media analytics perspective”

Penelitian yang ditulis oleh Qianqian Li, dkk pada tahun 2022 bermula dari ramainya diskusi publik mengenai kebijakan *car-hailing* di media sosial Weibo. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana opini publik terhadap kebijakan *online car-hailing* China. Penelitian ini menggunakan Teori Agenda Setting dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warga selalu memperhatikan masalah keselamatan, persyaratan kendaraan, dan kualifikasi pengemudi *online car-hailing* (diakses dari sciencedirect.com)

2. “Comparative Analysis of Online News Content Objectivity on Covid-19 between Detik.com and Kompas.com”

Penelitian yang ditulis oleh Silvia Pristanita dkk pada tahun 2020 bermula dari membludaknya pemberitaan tentang Covid-19 pada titik berbagai kepentingan menggiring media untuk tidak objektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan objektivitas komparatif dua media online yaitu detik.com dan kompas.com dalam pemberitaan Covid-19. Penelitian ini menggunakan teori *social responsibility* dan objektivitas media dengan metode analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua media online tersebut tidak objektif dalam memberitakan Covid-19 berdasarkan standar objektivitas Westerstahl (diakses dari hrcak.srce.hr).

3. “Content Analysis of the Controversy Over the Communication of Government Policies in Handling Covid-19 in Online Media”

Penelitian yang ditulis oleh Panji Dwi Ashrianto & Edwi Arief Sosiawan pada tahun 2020 bermula dari adanya kontroversi dan polemik kebijakan pemerintah dalam penanganan Covid-19. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kecenderungan konten kontroversi dan polemik terkait kebijakan pemerintah dalam penanganan Covid-19. Penelitian ini menggunakan *public policy theory* dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga kesimpulan utama dalam penelitian ini. Pertama, dalam mengkomunikasikan kebijakan pemerintah, presiden masih berada di garis depan sistem penyampaian. Kedua, pedoman yang dikeluarkan pemerintah sebagian besar merupakan kebijakan makro terkait pandemi Covid-19. Ketiga, dampak dari komunikasi kebijakan pemerintah dalam penanganan wabah Covid-19 menimbulkan kontroversi. (diakses dari researchget.net)

4. “Analisis Isi Pro Kontra Pemberitaan Media Massa di Harian Fajar terhadap Kebijakan Di Rumah Saja”

Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Rustam pada tahun 2022 berawal dari adanya berbagai sudut pandang pemberitaan kebijakan di rumah saja di media cetak makassar. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui arah pemberitaan kebijakan di rumah saja pada surat kabar

Harian Fajar. Penelitian ini menggunakan Teori Agenda Setting dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif dan library research. Hasil penelitian menemukan bahwa pada surat kabar Harian Fajar terdapat sebanyak 74.5% berita pro yang mendukung pemerintah dan 25.5% yang memuat berita kontra yang tidak mendukung pemerintah (diakses dari lppmunsera.org)

5. “Analisis Isi Pemberitaan Penunjukan Basuki Tjahaja Purnama sebagai Komisaris Utama Pertamina di Detik.com Periode 13-28 November 2019”

Penelitian yang ditulis oleh Superi Yanthi Lumbu pada tahun 2019 ini bermula dari banyaknya pemberitaan mengenai penunjukan Basuki Tjahaja Purnama sebagai Komisaris Utama Pertamina yang memicu pro dan kontra dari berbagai pihak. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi sejauh mana objektivitas pemberitaan Detik.com mengenai penunjukan Basuki Tjahaja Purnama sebagai Komisaris Utama Pertamina. Penelitian ini menggunakan teori objektivitas dengan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detik.com telah memenuhi standar faktualitas dalam pemberitaannya, namun masih perlu meningkatkan keberimbangannya. (diakses dari e-journal.uajy.ac.id).

Kelima penelitian terdahulu tersebut memiliki kesamaan yaitu menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan media *online*

sebagai objek yang akan diteliti. Akan tetapi, penelitian ini memiliki fokus penelitian yang berbeda yaitu sikap media dalam memberitakan kebijakan subsidi tepat sasaran MyPertamina, dimana belum ada penelitian sebelumnya yang fokus membahas kebijakan tersebut. Selain itu, peneliti juga menggunakan Teori Agenda Setting dan Teori Objektivitas Media yang juga digunakan pada penelitian sebelumnya. Namun, pada penelitian ini akan digunakan teori lain yang belum digunakan pada penelitian sebelumnya yaitu Teori Normatif Media.

1.5.3 Teori Agenda Setting

Teori agenda setting menyatakan bahwa media menentukan agenda yang diberikan kepada publik dan menganggap bahwa hal yang diberikan itu penting dan layak untuk didengarkan masyarakat (Littlejohn, 2017:161). Proses agenda setting dibagi menjadi tiga bagian. Tahap pertama, menetapkan prioritas isu-isu yang akan didiskusikan menjadi agenda media. Tahap kedua, agenda media tersebut memengaruhi pandangan publik dan membentuk agenda publik. Tahap ketiga, agenda publik pada akhirnya akan memengaruhi agenda kebijakan yang diambil. (Littlejohn, 2017:162).

Asumsi pada teori ini, media dapat mempengaruhi bagaimana publik melihat dan memahami isu tertentu. Pemberitaan media menjadi variabel penentu yang mempengaruhi suatu isu atau peristiwa dianggap penting dan diperbincangkan oleh masyarakat, terutama mereka yang terkena informasi tersebut. Media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi

persepsi publik melalui informasi yang disajikan. Dengan semakin banyak memberikan fokus atau perhatian kepada suatu isu, media dapat memberikan pengaruh pada kognisi isu tersebut di mata publik.

Detik.com memuat agenda mengenai kebijakan Pertamina subsidi tepat sasaran melalui aplikasi MyPertamina. Agenda yang diberitakan oleh detik.com ini memiliki peran penting dalam pembentukan persepsi publik tentang kebijakan Pertamina terkait subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina. Persepsi publik yang terbentuk dari pemberitaan detik.com terkait kebijakan Pertamina tersebut dapat mempengaruhi bagaimana nantinya citra Pertamina yang terbentuk di dalam benak masyarakat.

1.5.4 Teori Normatif Media Massa

Teori Normatif Media juga digunakan dalam penelitian ini. Teori Normatif Media meyakini bahwa media massa tidak hanya memiliki efek objektif tertentu pada masyarakat melainkan juga memiliki tujuan sosial. Teori ini membahas gagasan tentang bagaimana media bertindak demi kepentingan publik atau untuk kebaikan masyarakat secara keseluruhan (McQuail, 2011:178).

Teori normatif media digunakan dalam penelitian ini untuk membantu melihat bagaimana sikap Detik.com dalam memberitakan kebijakan Pertamina terkait subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina. Dalam memberitakan kebijakan Pertamina, Detik.com perlu memperhatikan mana yang layak dan tidak layak untuk dipublikasikan. Hal

ini juga sesuai dengan *social responsibility theory*, yang melibatkan pandangan tentang kepemilikan media sebagai bentuk kepercayaan atau pengawasan publik (McQuail, 2011: 188).

1.5.5 Objektivitas Media

McQuail (2011:222) dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, menyatakan bahwa konsep inti dari teori media yang berhubungan dengan kualitas informasi adalah objektivitas, khususnya ketika menyangkut informasi berita. Objektivitas merupakan prinsip penting yang harus dipegang teguh oleh seorang jurnalis dalam melaporkan peristiwa dengan jujur sesuai apa yang sebenarnya terjadi. Media dituntut untuk melaporkan peristiwa dengan sebenar-benarnya tanpa menyembunyikan apapun.

Menurut McQuail (2011:222), terdapat empat ciri utama dari konsep objektivitas, yaitu: (1) Menerapkan posisi yang independen dan netral terhadap objek yang diliput; (2) Berusaha untuk mencegah keberpihakan yaitu dengan tidak mengambil sisi dalam suatu perselisihan atau menunjukkan bias; (3) Memerlukan keterikatan yang erat pada ketepatan dan kriteria kebenaran lainnya, seperti relevansi dan kelengkapan; (4) Tidak mempunyai motif terselubung kepada pihak ketiga. Proses observasi dan pelaporan tidak boleh dicampuri oleh subjektivitas dan tidak boleh mengganggu realitas yang dilaporkan.

Westerstahl (dalam McQuail, 2011: 223-224) membagi objektivitas menjadi dua skema yaitu faktualitas dan ketidakberpihakan. Faktualitas

dihubungkan dengan bentuk pelaporan tentang suatu peristiwa yang kebenarannya dapat diperiksa kepada narasumber berita. Faktualitas mencakup kebenaran dan relevansi. Kebenaran ditentukan oleh beberapa kriteria yaitu kelengkapan berita, akurasi, dan niat untuk tidak menyesatkan. Relevansi mencakup indikator nilai berita, dan kesamaan antara judul berita dengan isi berita.

Skema kedua yang digunakan dalam konsep objektivitas ini adalah ketidakberpihakan. Ketidakberpihakan merupakan sikap netral jurnalis, yaitu menjauhkan penilaian pribadi dan subjektif dalam menyajikan berita. Ketidakberpihakan meliputi seimbang dan netralitas. Seimbang adalah keseimbangan dalam penyajian pernyataan atau pendapat dari beberapa narasumber. Netralitas adalah sikap tidak memihak dalam menyajikan berita. Netralitas dapat dilihat dari ada tidaknya unsur evaluatif dan sensasional.

1.5.6 Fungsi Media Massa

Media massa menurut Dennis McQuail (2011: 62), merupakan institusi yang dikelola oleh sekelompok pekerja dengan menggunakan teknologi untuk menyebarluaskan pesan ke masyarakat. Detik.com dapat dikatakan sebagai sebuah institusi karena menggunakan teknologi untuk menyebarluaskan beritanya. Menurut Lasswell (dalam Littlejohn & Foss, 2009:575) media massa memiliki tiga fungsi utama, yaitu:

1. Pengawasan lingkungan: mengumpulkan dan mendistribusikan informasi tentang kejadian di lingkungan; dengan kata lain, pelaporan berita.
2. Korelasi bagian-bagian masyarakat: menjelaskan, menafsirkan, dan mengomentari makna peristiwa (dengan demikian, menyunting, membujuk, atau bahkan mempropagandakan oleh pers).
3. Transmisi warisan sosial: mengkomunikasikan nilai, norma, dan gaya lintas waktu dan antar kelompok. Oleh karena itu, surat kabar berfungsi sebagai jendela ke budaya kontemporer lainnya dan kapsul waktu untuk generasi mendatang.

1.6 Definisi Konseptual

1.6.1 Berita

Mengutip pendapat Jani Yosef dalam buku “Jurnalistik Dasar: Juru Jitu Menulis Berita, Biografi, Artikel Populer, dan Editorial” yang mendeskripsikan berita sebagai laporan teraktual mengenai fakta yang penting atau menarik bagi publik, yang dipublikasikan melalui media massa. Sementara itu, Hoeta Soehoet berpendapat bahwa berita secara umum merupakan keterangan tentang peristiwa atau isi pernyataan manusia. Maka berita dapat disimpulkan sebagai laporan mengenai kejadian terkini maupun peristiwa penting dan menarik yang perlu diketahui oleh publik (Muslimin, 2019:18).

Berita yang baik dan benar harus mengandung unsur 5W+1H yaitu, pertanyaan *What, Why, Who, Where, When* dan *How*. Selain menjawab keenam pertanyaan tersebut, informasi yang disajikan juga harus bersifat aktual, akurat, dan faktual. Faktual berarti peristiwa yang dilaporkan dapat diperiksa kebenarannya oleh siapa saja. Maka dari itu, seorang jurnalis tidak boleh mencampurkan fakta dan opini dalam memberitakan suatu peristiwa. Percampuran fakta dan opini dalam teks berita dapat dilihat melalui ada tidaknya penggunaan kata-kata *opinionative* (Kriyantono, 2010:245), seperti tampaknya, diperkirakan, seolah, agaknya, mungkin, seharusnya, sebaiknya, sayangnya, dll.

Terdapat beberapa format umum yang digunakan dalam media online, diantaranya adalah *straight news, depth news, investigation news*, dan *interpretative news*. Menurut Sumadiria (2008: 69), *Straight news* merupakan berita yang hanya menyampaikan peristiwa yang terjadi dalam waktu singkat dan biasanya disusun dengan unsur 5W+1H. *Depth news* merupakan jenis berita yang ditulis dengan mengumpulkan informasi berdasarkan fakta-fakta mengenai suatu peristiwa sebagai tambahan informasi yang lebih mendalam mengenai topik tersebut. *Investigation news* adalah berita yang ditulis berdasarkan penyelidikan yang terpusat pada sejumlah masalah dan kontroversi. Selanjutnya, *interpretative news* adalah berita yang dikembangkan melalui opini atau penilaian wartawan berdasar pada fakta yang ditemukan.

Menurut Khoirul Muslimim (2019:27), secara umum struktur berita yang terdapat pada sebuah berita adalah judul, baris tanggal, teras berita, dan tubuh berita.

a. Judul (*Headline*)

Judul merupakan cerminan isi berita. Judul digunakan untuk membantu pembaca mengetahui peristiwa yang disampaikan dalam berita. Selain itu pemberian judul dalam suatu berita berguna untuk menonjolkan suatu berita.

b. Baris Tanggal (*Dateline*)

Dateline meliputi nama media massa, lokasi kejadian, dan tanggal kejadian yang ditulis pada bagian awal naskah berita.

c. Teras berita (*Lead*)

Teras berita merupakan paragraf pertama berita yang berisikan fakta terpenting dari keseluruhan berita secara singkat.

d. Tubuh berita (*Body*)

Tubuh berita berisi keterangan rinci yang melengkapi dan memperjelas informasi yang disajikan pada lead berita. Isinya harus menjawab pertanyaan 5W+1H.

1.6.2 Sikap Media

Media massa sebagai pilar keempat demokrasi yang memainkan peran penting dalam mengedukasi publik dituntut untuk menyampaikan informasi yang faktual dan berimbang kepada pembaca. Namun, konsep

agenda media memungkinkan media untuk memilih informasi apa yang perlu disajikan kepada pembacanya. Dalam proses penyajian suatu berita terdapat kepentingan dan faktor lain yang harus dipenuhi oleh media massa. Dengan demikian, media massa menjadi memiliki kecenderungan dalam menyajikan suatu topik berita tertentu sesuai ideologi dan keyakinan redaksi media. Kecenderungan tersebut berkaitan dengan keberpihakan media terhadap suatu isu.

Rahayu (2006) menyatakan bahwa terdapat beberapa kriteria pokok terkait dengan keberpihakan pemberitaan media:

1. Perasaan mendukung (*favourable*) dan tidak mendukung (*unfavourable*); yaitu sikap keberpihakan positif dan negatif terhadap objek berita.
2. Keberpihakan media dalam kegiatan pemberitaan dapat terlihat berdasarkan kecenderungan positif, negatif, atau netral.
3. Media harus mematuhi standar profesional dalam melaksanakan fungsi dan perannya yaitu memberikan informasi yang objektif, seimbang dan akurat agar berada pada posisi independen.

Keberpihakan pemberitaan media membawa konsekuensi pada munculnya sikap media. Keberpihakan positif memperlihatkan sikap media yang mendukung peristiwa atau isu tertentu. Keberpihakan negatif memperlihatkan sikap media yang tidak mendukung peristiwa atau isu tertentu.

Keberpihakan netral memperlihatkan sikap media yang berimbang dan tidak memihak pada peristiwa atau isu tertentu.

1.7 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi merupakan proses menurunkan konsep abstrak menjadi konkret. Hal ini penting karena analisis isi hanya dapat dilakukan dengan mengamati aspek yang tampak dan dapat diobservasi oleh peneliti. Konsep yang bersifat abstrak akan dioperasionalisasikan menjadi kategori-kategori yang dapat diobservasi secara empiris (Eriyanto, 2011:177).

Masing-masing kategori akan diberi pengertian supaya bersifat lebih operasional untuk menyamakan persepsi antara peneliti dan pengkoder lainnya. Pada penelitian ini, peneliti menyusun kategori berita secara sistematis sehingga dapat memudahkan analisis penelitian. Berikut adalah penjelasan mengenai kategorisasi yang dimaksud.

1. Topik Berita

Kategorisasi tema berita kebijakan subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina di klasifikasikan sebagai berikut:

- a. Sosialisasi kebijakan
- b. Dukungan kebijakan
- c. Kritik kebijakan
- d. Dampak kebijakan

2. Format Berita

- a. Straight News, ditulis untuk menyampaikan peristiwa yang terjadi dalam waktu singkat dan disusun dengan unsur 5W+1H.
- b. Depth News, ditulis dengan mengumpulkan informasi berdasarkan fakta-fakta mengenai suatu peristiwa sebagai informasi tambahan mengenai topik tersebut.

3. Pencampuran fakta dan opini

Pencampuran fakta dan opini adalah adanya opini atau pendapat pribadi wartawan ke dalam berita yang disajikan. Berita dapat dikatakan tercampur fakta dan opini apabila terdapat kata-kata *opinionative* (Kriyantono, 2014:249). Pencampuran fakta dan opini terbagi menjadi dua.

- a. Terdapat pencampuran fakta dengan opini, hal ini dapat dilihat dari adanya penggunaan kata-kata *opinionative* seperti: tampaknya, diperkirakan, seolah, agaknya, mungkin, seharusnya, sebaiknya, sayangnya, dll.
- b. Tidak terdapat pencampuran fakta dan opini, jika tidak ditemukan penggunaan kata-kata *opinionative* seperti di atas.

4. Kesesuaian judul dan isi berita

Kesesuaian judul dan isi berita yang dimaksud adalah apakah kalimat judul berita merupakan bagian dari kalimat yang sama pada isi berita. Indikator kesesuaian judul dan isi berita terbagi menjadi dua.

- a. Judul sesuai dengan isi berita, jika kalimat judul terdapat dalam tubuh berita.

- b. Judul tidak sesuai dengan isi berita, jika kalimat judul tidak terdapat dalam tubuh berita.

5. Unsur Dramatisasi

Dramatisasi adalah penyajian informasi secara tidak proposional sehingga muncul kesan berlebihan. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan kalimat hiperbolik pada berita.

- a. Informasi yang disampaikan tidak mengandung unsur dramatisasi
- b. Informasi yang disampaikan mengandung unsur dramatisasi.

6. Narasumber

- a. **Pertamina:** Semua jajaran direksi, pimpinan, dan staff Pertamina.
- b. **Pemerintah:** Semua individu yang secara resmi bekerja untuk negara/pemerintah. Misalnya, pemerintah, menteri, dan pegawai negeri.
- c. **Intelektual:** Semua individu yang diakui masyarakat karena kepakarannya, atau yang biasa disebut sebagai pengamat.
- d. **Masyarakat:** Semua individu yang belum termasuk pada kategori yang sudah disebutkan sebelumnya.

7. Nada Pemberitaan

a. Positif (*favourable*)

Nada pemberitaan positif dalam kategorisasi ini merujuk pada situasi ketika informasi yang disajikan dalam berita secara implisit maupun eksplisit mendukung kebijakan.

b. Netral

Nada pemberitaan netral yang dimaksud dalam kategorisasi ini merujuk pada situasi ketika informasi yang disajikan dalam berita tidak memihak atau netral terhadap kebijakan.

c. Negatif (*unfavourable*)

Nada pemberitaan negatif yang dimaksud dalam kategorisasi ini adalah ketika informasi yang disajikan dalam berita secara implisit maupun eksplisit tidak mendukung atau menolak kebijakan.

1.8 Metoda Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Analisis isi merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk membuat kesimpulan yang valid dan dapat direplikasi dari data berdasarkan konteksnya. Sementara Barelson, mendefinisikan analisis isi sebagai teknik penelitian untuk menganalisis komunikasi secara deskriptif, obyektif, sistematis dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. (Krippendorf, 2018:24-25)

Penelitian ini akan menggunakan metode analisis isi deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Metode ini digunakan untuk menggambarkan aspek dan karakteristik dari suatu pesan tanpa menguji hipotesis tertentu atau menjelaskan hubungan antar variabel (Eriyanto, 2011: 47).

1.8.2 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah situs berita online Detik.com khususnya pada kanal Detik finance. Edisi yang diteliti yaitu mulai tanggal 1 Juli hingga 30 September 2022. Alasan pemilihan periode dengan pertimbangan bahwa pada periode tersebut, kebijakan Pertamina terkait subsidi tepat sasaran myPertamina baru diumumkan sehingga banyak ditemukan berita mengenai kebijakan tersebut.

1.8.3 Unit Analisis

Unit analisis merupakan apa yang diamati, dicatat dan dianggap sebagai data dalam penelitian. Kemudian, data tersebut dipisahkan menurut batas-batas tertentu dan diidentifikasi untuk analisis lebih lanjut (Krippendorff, 2018:102). Menurut Krippendorff (2018:103) terdapat tiga unit analisis dalam analisis isi, yaitu:

1. Unit sampel (*sampling units*)

Unit sampel merupakan bagian dari objek yang dipilih oleh peneliti untuk diamati. Unit sampel ini ditentukan oleh topik dan tujuan penelitian. Unit sampel dalam penelitian ini diambil dari semua berita pada Detik.com mengenai kebijakan subsidi myPertamina periode 1 Juli – 30 September 2022.

2. Unit pencatatan (*recording unit*)

Unit pencatatan merupakan bagian dari konten yang akan dicatat, diukur, dan dianalisis. Unit pencatatan yang diambil dari sebuah berita

terdiri atas kata, kalimat, dan paragraf. Jenis unit pencatatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah unit tematik. Unit analisis tematik dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melihat kecenderungan, sikap, dan kepercayaan dari suatu teks (Eriyanto, 2011:84).

3. Unit konteks (*context unit*)

Unit konteks adalah apa yang diberikan oleh peneliti untuk memahami atau memberikan makna pada hasil pencatatan.

Tabel 1. 1

Unit Analisis dan Kategorisasi Penelitian

| Dimensi | Unit Analisis | Kategorisasi | Kategori |
|---------------|------------------|--------------------------------|---|
| | Isi Berita | Topik Berita | 1. Sosialisasi kebijakan 2. Dukungan kebijakan 3. Kritik kebijakan 4. Dampak kebijakan |
| | Teknis Penulisan | Format Berita | 1. Straight news 2. Depth news |
| Faktualitas | Kebenaran | Pencampuran fakta dan opini | 1. Faktual 2. Tidak faktual |
| | Relevansi | Kesesuain judul dan isi berita | 1. Ya 2. Tidak |
| Imparsialitas | Netralitas | Unsur dramatisasi | 1. Ya 2. Tidak |
| | Keberimbangan | Narasumber | 1. Pertamina 2. Pemerintah |

| | | | |
|--|------------|------------------|---|
| | | | 3. Intelektual 4. Masyarakat |
| | Isi Berita | Nada Pemberitaan | 1. Favourable 2. Netral 3. Unfavourable |

1.8.4 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh berita mengenai kebijakan subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina pada Detik.finance selama periode 1 juli – 30 September 2022 yang berjumlah 109 berita. Pengumpulan berita dilakukan melalui fitur pencarian dengan menggunakan keyword “mypertamina”.

Sampel dalam penelitian ini adalah 30 berita dari jumlah keseluruhan populasi yaitu 109 berita. Untuk memilih sampel tersebut digunakan teknik penarikan sampel *purposive sampling*. Peneliti melakukan *filter* terhadap berita berdasarkan pertimbangan topik berita yang meliputi: sosialisasi kebijakan, dukungan terhadap kebijakan, kritik terhadap kebijakan, dan dampak kebijakan.

1.8.5 Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kumpulan berita mengenai kebijakan subsidi tepat sasaran melalui MyPertamina di situs berita online detik.com mulai dari 1 Juli sampai 30 September 2022.
- b. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan dan dapat mendukung penelitian.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengamati objek penelitian, yaitu detik.com, menggunakan alat bantu berupa lembar koding (*coding sheet*). Prosedur pengumpulan data akan dilakukan dengan cara mencermati objek penelitian kemudian mengelompokkannya sesuai kategori yang terdapat dalam lembar koding.

1.8.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabilitas antar-koder. Uji reliabilitas ini memerlukan dua atau lebih *coder*, dimana masing-masing *coder* akan diberikan alat ukur berupa lembar koding. Kemudian, hasil pengisian lembar coding akan dibandingkan dengan melihat persamaan dan perbedaannya. Perbandingan tersebut akan diuji menggunakan rumus reliabilitas Holsti, yaitu:

$$\text{Reliabilitas Antar-coder} = \frac{2M}{(N1 + N2)}$$

Keterangan:

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah pernyataan yang disetujui oleh semua pengkoding

N1, N2 = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding

Rumus Holsti dipilih karena telah banyak digunakan dalam penelitian analisis isi. Angka reliabilitas minimum dalam rumus ini adalah 70% atau 0,7, sehingga jika hasil perhitungan diatas 0,7 menandakan alat ukur tersebut dianggap reliabel.

1.8.8 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data merupakan tahap dimana data yang sudah terkumpul akan diinput atau direkap. Tahap awal dari analisis data adalah dengan mendeskripsikan temuan. Dalam penelitian ini, statistik deskriptif akan digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan hasil temuan yang diperoleh dari analisis isi (Eriyanto, 2011: 305). Data yang telah dikumpulkan dan dikelompokkan pada lembar *coding* akan dihitung menggunakan bantuan SPSS, yang kemudian akan ditampilkan dalam bentuk grafik.